



Importante

Las plataformas B2B (*Business to Business*) facilitan la búsqueda de proveedores.

Un ejemplo lo tenemos en la base www.kompass.com, con más de 3,5 millones de empresas que se contratan entre sí en todo el mundo.



Claves y consejos

Una variante de los buscadores verticales son los **metabuscadore**s, también denominados multibuscadores, que envían las consultas del usuario a un conjunto de varios buscadores genéricos y, en su caso, a directorios, bases de datos u otras fuentes de información, y devuelven los resultados que proporcionan todos ellos. Gracias a ello permiten el acceso simultáneo a varios motores de búsqueda introduciendo los criterios de búsqueda una sola vez.



Web

Una relación de metabuscadores es la siguiente:

- Biwe: multibuscador.biwe.com
- Dogpile: www.dogpile.com
- Ipselon: www.ipselon.es
- KartOO: www.kartoo.com
- MetaCrawler: metacrawler.com
- Todalenet: www.todalanet.net
- Vivísimo: vivisimo.com



10. La búsqueda de proveedores

El primer paso a dar en las relaciones con los proveedores es proceder a su búsqueda, para posteriormente seleccionar a aquellos que mejor se adecuen a las necesidades de la empresa.

Podemos encontrarnos con dos variables que inciden directamente en el proceso:

1. **La situación de partida de la empresa.** Podemos encontrarnos con dos situaciones: que la empresa ya tenga un desarrollo de mercado, pero que no esté totalmente satisfecha con sus proveedores, o que desee ampliar la cantidad de ellos.
2. **El tipo de compra** diferencia también al tipo de proveedor a buscar. Este puede ser de dos tipos:
 - **Proveedores a largo plazo** de factores productivos directos o materiales indirectos de MRO (Mantenimiento, Reparación, Operación), como material de oficina.
 - **Proveedores puntuales** de productos o servicios específicos que solo se necesitan una vez, como un bien de inversión o un proyecto particular.

En esta unidad trataremos de las relaciones con proveedores a largo plazo, pero en ambos casos, las técnicas de búsqueda se pueden catalogar como búsqueda de proveedores **on-line** o como búsqueda **off-line**. Es importante tener en cuenta que estos dos métodos de búsqueda no son alternativos, sino complementarios.



A. La búsqueda on-line

La búsqueda **on-line** consiste en aprovechar las ventajas que nos ofrecen los buscadores de Internet a través de la descripción del producto. La búsqueda de proveedores en Internet se ha convertido en una práctica común en las empresas. Lo que antes se hacía usando las Páginas Amarillas en papel, ahora se hace usando Internet.

Por otro lado, la Red permite encontrar proveedores a nivel mundial sin invertir mayores recursos, cosa impensable por métodos tradicionales. Este hecho refleja la importancia para una empresa de contar con **presencia en Internet**. Si no estás en la Red estás perdiendo clientes potenciales cada día que pasa; no es que no te encuentren: es que no saben que existes.

Así pues, las empresas han comprendido la importancia de compartir información sobre sus productos o servicios publicándola a través de las páginas web y en plataformas específicas diseñadas para tal efecto. De esta manera, aquellos que estén interesados en la adquisición de una determinada mercadería pueden acudir a estas plataformas para obtener la información que necesitan.

Existen dos tipos de motores de búsqueda:

- **Genéricos** (Google, Yahoo, Altavista, Excite o Bing): funcionan utilizando unos programas, llamados robots o *spiders* («arañas») que rastrean Internet y leen tantas páginas como pueden, presentando un índice de direcciones de carácter general.
- **Verticales**: son motores de búsqueda más específicos sobre temas concretos, lo que permite que tanto la obtención de la información como la creación de índices sean más especializados en el sector del que se trata. Los más populares son los utilizados para buscar hoteles, seguros, pisos o viajes. Al tratarse de un número de fuentes más reducido que en un buscador genérico, los buscadores verticales pueden también actualizar su información con mayor frecuencia. Adicionalmente, un buscador vertical ofrece a los usuarios mecanismos de búsqueda avanzada específicamente diseñados para el sector. Por ejemplo, puedes reducir la búsqueda a hoteles de tres estrellas o a los que no superen un determinado precio. Entre los más utilizados podemos citar www.emarketservices.es, y al creado por las Cámaras de Comercio www.camerdata.es, con más de dos millones de empresas censadas.